

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Hubálek Pavel
Číslo studenta: E17248
Název bakalářské práce: Možnosti využití nástrojů internetového marketingu ve vybrané společnosti.
Cíl práce: Cílem práce je popsat možnosti využití internetových marketingových nástrojů. Nedílnou součástí je popis stávající situace ve vybrané společnosti a návrh zlepšení vedoucí k efektivnějšímu využívání internetových marketingových nástrojů.
Vedoucí práce: Ing. Hana Jonášová, Ph.D.
Studijní program: Ekonomika a management
Akademický rok: 2020/2021

Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Pro praxi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Identifikace záznamu:

Agenda závěrečných prací

.....

Ostatní připomínky k práci

Téma práce je velice aktuální, hlavně s ohledem na zvyšující se nároky na online komunikaci a využívání nových technologií stávajících i potencionálních zákazníků. Student se musel seznámit s novými trendy v této oblasti. Ty jsou v práci popsány systematicky a srozumitelně. Na základě vlastního šetření a konzultací vyhodnotil stávající stav využívání nových nástrojů a kanálů v marketingu ve společnosti Pivovar Nymburk s.r.o. Na závěr navrhl změny na možná zlepšení v oblasti internetového marketingu pro danou společnost.

Bohužel se na úrovni práce odrazilo to, že student práci dělal v časové tísní. Je to znát nejen na celkové úpravě práce, typografických chybách, často používaných citátů, ale i na hloubce provedených návrhů. Ty jsou sice velice zajímavé, ale chybí konkrétnější specifikace včetně finančního odhadu. Možná by samotný popis stávajícího stavu, a z toho vyplývajících návrhů, bylo vhodné podpořit například SWOT analýzou faktorů, které mají vliv na danou problematiku.

Student cíle a všechny body zadání splnil, a tak i přes výše uvedené výtky práci doporučuji k obhajobě.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Míra shody je 0%.

Otázky a náměty k obhajobě

Chtěla bych požádat studenta o odpovědi na následující otázky:

1. Jaká je cílová skupina popisované společnosti? Jsou to odběratelé hlavně z regionu?
2. Zajímalo by mne co si myslíte, po vašich konzultacích ve společnosti, o jejich přístupu k novým trendům v marketingu. Nevyužívají tyto nástroje opravdu pouze z finančních a časových důvodů nebo z neznalosti a neochoty?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto bakalářskou práci navrhuji hodnotit známkou: **D**

V Pardubicích 21.5.2021

Podpis Ing. Hana Jonášová v.r.